

Die Rentenversicherung

Organ für den Bundesverband der Rentenberater e.V.

Für Sie gelesen

52. Jahrgang

Heft 2 – Februar 2011

– Auszug Seite 39 bis 40 –

Autor: Walter Vogts

FINANZBERATUNG 2015 – Warum sich die Finanzindustrie jetzt nachhaltig neu erfinden muss

Ist es für Rentenberater und für Verantwortliche der Sozialleistungsträger nützlich, über das Selbstverständnis einer Branche informiert zu sein, die tagtäglich beharrlich verkündet, gesetzliche Systeme würden für die Versorgung der Bürger an Bedeutung verlieren? – Ja! Das sage ich eindeutig und empfehle vor allem steuer- und sozialrechtsberatenden Berufen die Lektüre:

Von Thomas Walter und Uwe Greunke, Verlag corps.Corporate Publishing Services GmbH Düsseldorf 2010, 168 Seiten, 24,5 x 17,4 cm, Hardcover, 29,90 Euro, ISBN: 978-3-937596-41-9

Zehn Prozent der Bevölkerung gehören zu den Bescheidenen – mit einem hohen Anteil Arbeitsloser und Rentner, mit meist einfachem Bildungsabschluss. Ausgerechnet diese Personengruppe empört sich über den Leistungsabbau des Sozialstaats und hat Angst, den Lebensstandard nicht mehr aufrecht erhalten zu können? Herausgeber und zwölf weitere Autoren grübeln in einer Gemeinschaftsleistung darüber, wie künftig solche und alle anderen Bürger, trotz Verbraucherschutz, eine gezieltere und bessere Finanzberatung erhalten sollen durch Kundenorientierung und neue Qualitätsmaßstäbe.

Finanzberatung ist Lebensplanung und Basis für die Realisierung der Lebensziele der Beratenen, so die Philosophie. Das Buch möchte einen Ausblick geben, wie sich Finanzberatung in naher Zukunft darstellen könnte. 2015 gilt dabei als Denkmahl, weil bis dahin eher „eine Evolution als eine Revolution“ möglich sei, es einen Quantensprung nicht geben wird. Den Leser erwarten zwölf Kapitel, verfasst von Experten aus Wissenschaft und Praxis, Verbraucherschutz und Medien, unter anderem zu Moral, Marketing, Kundengewinnung, Telefonwerbung, Kundenbindung, Ho-

norargestaltung und zu guter Letzt mit zehn Anlagegeboten.

Dass und wie die gesetzlichen Rentenversicherungsträger durch jährliche Renteninformationen und Rentenauskünfte ihre Versicherten informieren, wird nur so nebenbei in einem Kapitel mit der Überschrift „Risikominimierung durch Aufklärung – Wissen um das eigene Unwissen?“ behandelt. Der Verfasser macht sich darüber Gedanken, wie aufgeklärt der Verbraucher im Jahr 2015 sein könnte, wenn das Thema Geld in den Lehrplänen der Schulen auftaucht und die als nützlich bezeichneten Informationen der Verbraucherschutzorganisationen verstanden werden. Dass es ohne Steuerberater nicht geht, wird ebenso eingeräumt wie die Notwendigkeit von Versicherungs- und Rentenberatern als provisionsunabhängigen Dienstleistern.

Mit „Veranstaltungen als Instrument der Kundengewinnung“ ist das wohl interessanteste Kapitel überschrieben. Wie und wo findet man seine Zielgruppen, und wie kann man sie ansprechen? Auch Rentenberater wissen sehr wohl, dass aus dem zufälligen Vorbeischauen von Mandanten keine kontinuierliche Praxistätigkeit denkbar ist: Man braucht ein Thema, das man für sich definiert, und man sollte wissen, für wen das Thema wichtig ist. Gute Information lockt die Menschen – richtig. Drum wird das Organisieren von Veranstaltungen empfohlen: zur Kundengewinnung, zur Schaffung von Vertrauen durch schrittweise Annäherung.

Eine wichtige Regel dabei sei: Veranstaltungen im Dienste der Kundengewinnung sind keine Weiterbildungsveranstaltungen, dienen niemals dazu, Menschen schlauer, sondern nur um die Erkenntnis reicher zu machen, dass sie ein paar Probleme zu lösen haben – im besten Falle sogar solche, an die sie bisher noch gar nicht gedacht hatten

– und dass sie im Anbieter der Veranstaltung den bestmöglichen Problemlöser gefunden haben.

Der Autor erläutert, warum typische Finanzdienstleister-Veranstaltungen mit Kernthemen (z.B. Altersvorsorge, Berufsunfähigkeit, Wahl der Krankenversicherung) überhaupt keine Magnetwirkung haben – also sind Teilnehmer mit Interessanterem anzulocken. In der Praxis werden Rentenberater gerne als „Vortrags-Partner“ gewonnen und sind willkommen, sofern sie überzeugend Nachteile (!) der gesetzlichen Systeme darlegen. Lassen sie sich damit vor den Karren der Produktvermarkter spannen?

Berater sind nach eigenen Vorlieben und Erfahrungen vielfältig spezialisiert – der Leser findet Anregungen, wie daraus Wettbewerbsvorteile entstehen sollen. Wer erstmals einem Kunden oder Mandanten mit dem Berufsstatus „Zeitsoldat“ begegnet, soll es als Chance sehen, das bei der Datenaufnahme und bei der Beratung erlangte spezielle Wissen mit Berufskollegen zu teilen – darüber ließe sich vortrefflich diskutieren.

Bei der Finanzdienstleistungs-„Industrie“ mag es wichtig sein, jedem Kunden das Richtige zum richtigen Zeitpunkt im richtigen Kommunikationsstil übermitteln zu können. Für eher in der Durchsetzung von Leistungsansprüchen engagierte Sozialrechtsberater drängen sich andere Fragen als wichtiger auf: zur Fortbildung, zum Sinn von Beratung überhaupt, über Haftung, Bildung von Netzwerken und zum vermuteten oder realen öffentlichen Druck, wenn man nicht aus persönlicher Liebhaberei dienstleistet. Fragen werden aufgeworfen, nicht alle beantwortet. Wer jedoch das Werk als Anregung zum Weiterdenken versteht, erzielt daraus großen Nutzen.

Walter Vogts